
Les IG au Québec, entre récit de leur trajectoire et concurrence avec les produits de terroir

Carole Chazoule*¹ and Martin Cloutier*²

¹ISARA-LYON – ISARA – France

²Université du Québec à Montréal = University of Québec in Montréal – Canada

Résumé

Depuis le milieu des années 2000, le Québec porte un intérêt croissant aux produits de terroir ainsi qu'à leur commercialisation au sein de halles ou circuits agrotouristiques. Leur promotion d'abord assurée par Solidarité Rurale du Québec(1), l'est depuis la disparition de l'ONG par les tables bioalimentaires régionales(2) qui jouent un rôle croissant dans la mise en place d'une économie régionale favorisant l'activation de ressources alimentaires locales. Si aucune comptabilité officielle ne permet de dénombrer les produits dit du terroir, il est évident néanmoins que leur nombre et leur diversité témoigne de l'intérêt réel de différences régions et opérateurs économiques pour leur patrimoine alimentaire. Une des justifications des IG est bien cette préservation du patrimoine et le développement local. Pourtant, malgré la possibilité (active depuis 2006) de certifier des indications géographiques, seuls quelques produits ont reçu une certification : l'agneau de Charlevoix, le maïs sucré du Neuville, le Cidre de Glace... Comme on le voit, parmi les produits certifiés, les échelles territoriales s'avèrent très différentes et de ce fait questionnent la construction des liens aux lieux. De la même façon, la procédure de certification interroge et nombre de producteurs s'interrogent sur leur légitimité à l'obtenir ; le processus de patrimonialisation de leur produit ne leur semblant pas assez engagé. Ainsi, depuis quelques années peu de produits ont demandé une certification alors que le nombre de produits mettant en avant une dénomination " terroir " se développe. Ces produits qui sont commercialisés dans différents types de circuit et souvent en lien avec le développement de routes agrotouristiques semble plus facilement acceptés et compris par les consommateurs. Dans ce contexte, l'objectif de cette communication sera d'abord de retracer la trajectoire de plusieurs IG, de montrer les freins tout en discutant des leviers à leur développement. Il sera également de questionner les récits favorisant le développement des produits de terroir au détriment des IG. En fin de compte ces deux objectifs permettront de discuter d'un agenda de recherche face au développement et à la résilience des Indications géographiques au Québec. Pour favoriser leur développement, cet agenda aura comme objectif de comprendre en quoi les IG sont innovantes et peuvent au-delà des produits également favoriser la durabilité des systèmes alimentaires locaux.

(1) ONG sans but lucratif qui se définit comme ayant pour mission auprès du gouvernement de promouvoir la revitalisation et le développement du monde rural, de ses villages, de ses communautés afin de renverser le mouvement de déclin et de déstructuration des campagnes québécoise

(2) Les tables bioalimentaires régionales sont des structures de concertation et de développement

*Intervenant

regroupant divers acteurs du secteur bioalimentaire (agriculteurs, transformateurs, distributeurs, restaurateurs, etc.) autour d'objectifs communs liés à l'agriculture, à l'agroalimentaire, et à la mise en marché locale. Elles visent la valorisation des produits de terroir, le développement de circuits courts et de proximité, le développement d'une identité régionale, le soutien aux exploitations et leur diversification, l'agrotourisme...

Mots-Clés: IG Québec, Reconnaissance, légitimité, cadre législatif, gouvernance et groupement de producteurs